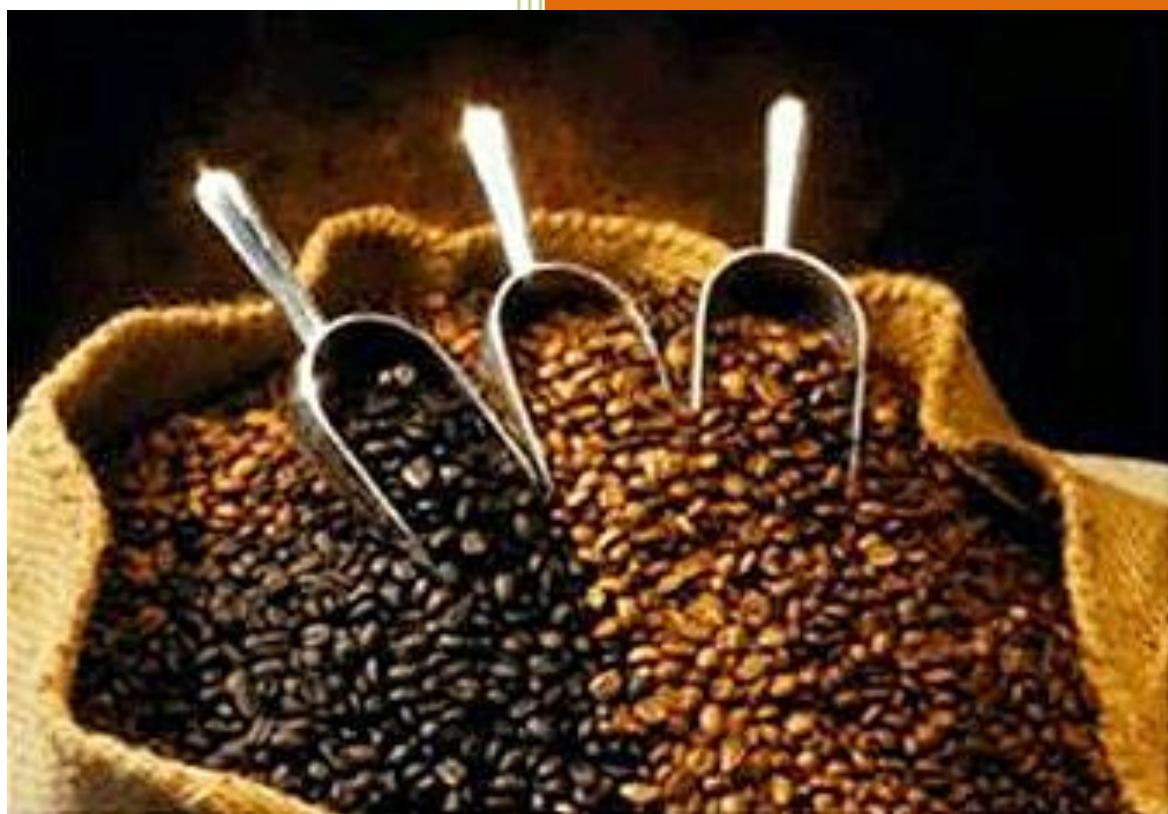


# Investigación: Café orgánico en México

# 2012



Javier Argenis Palomares Reyes  
José Daniel González Sánchez  
Sonny Christian Mireles Rangel



# CONTENIDO

• Presentación.....	3
• Matriz.....	3

## **Capítulo 1. El café orgánico**

1.1 ¿Qué es el café?.....	5
1.2 ¿Qué es el café orgánico?.....	5
1.3 Antecedentes históricos.....	6
1.3.1 Acuerdos internacionales sobre el café.....	6
1.3.2 Participación mundial de los principales consumidores.....	7
1.3.3 Comercialización del café.....	8
1.4 El café en México.....	10
1.4.1 La política cafetalera.....	11
1.5 Certificación del café orgánico en México.....	12
1.5.1 CERTIMEX.....	13
1.5.2 Autorización de uso del sello CERTIMEX.....	14
1.6 Comercio justo.....	15

## **Capítulo 2. La Producción, Comercialización y Consumo en México**

2.1 Producción del café orgánico.....	17
2.1.1 Ciclos de producción.....	20
2.2 Comercialización del café orgánico.....	20
2.2.1 Distribuidores y proveedores de café .....	20
2.2.2 Distribución.....	21
2.2.2.1 Venta directa.....	22
2.2.2.2 Supermercados.....	22
2.2.2.3 Precios.....	22
2.2.2.4 Promoción.....	23
2.2.3 Los principales proveedores de café en el mundo.....	23
2.3 Consumo de café orgánico.....	23
2.3.1 Presentación del café.....	24

2.3.2 Variaciones en la preparación del café.....	25
2.3.3 Propiedades gustativas.....	28

### **Capítulo 3. Condiciones, Elaboración y Tipos del café**

3.1 Condiciones de cultivo.....	31
3.1.1 Cultivo de café en sombra.....	32
3.1.1.1 Sombra rustica.....	32
3.1.1.2 Sombra plantada.....	32
3.2 Elaboración del café.....	33
3.2.1 Proceso.....	33
3.2.2 Tostado y catación.....	37
3.3 Tipos de café.....	38
3.3.1 Por su especie y variedades.....	38
3.3.2 Por su sistema de cultivo (según Amecafé).....	40
3.3.2.1 El cultivo convencional.....	40
3.3.2.2 Sistema de Cultivo Orgánico o Biológico.....	40
3.3.3 Por su preparación para su venta en oro verde.....	41

### **Capítulo 4. Café orgánico en Chiapas**

4.1 Café orgánico en Chiapas.....	43
4.1.1 Producción.....	43
4.2 Café, fuente importante para la economía chiapaneca.....	45
4.3 Certificación del café orgánico chiapaneco.....	46

### **Capítulo 5. Que se espera del café orgánico**

5.1 Destinan 58 millones de pesos para certificación.....	49
5.2 Expectativas para el 2012.....	49
5.3 Estadísticas económicas del café.....	50

### **Capítulo 6**

- Resultados de la investigación..... 52
- Conclusiones..... 57
- Bibliografía...59

## PRESENTACIÓN

El siguiente trabajo muestra la Producción, Comercialización y Consumo de café orgánico, presentado de una manera general, también se decidió incluir otros temas de suma importancia como sus antecedentes históricos, políticas del café en México, su comercialización, el comercio justo del café, así como sus condiciones de cultivo, el proceso por el cual es llevado para su elaboración, sus expectativas para el 2012, entre otros temas de interés. La importancia del presente trabajo sobre el café orgánico en México, es la de dar a conocer de manera más detallada las razones por las cuales es considerado uno de los mejores a nivel mundial al igual de las problemática por la cual está atravesando actualmente

PROBLEMAS	OBJETIVOS	PREGUNTAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>El café orgánico no es muy consumido en el país</li> <li>El café orgánico es desconocido por la mayoría de los habitantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El café</li> <li>El café orgánico en México</li> <li>El café orgánico en Chiapas</li> <li>Los antecedentes históricos del café en México</li> <li>La distribución, producción y consumo del café orgánico en México</li> <li>La distribución, producción y consumo del café orgánico en Chiapas</li> <li>Los ciclos de producción del café orgánico chiapaneco</li> <li>Las condiciones de cultivo del café orgánico chiapaneco</li> <li>El proceso por el cual se lleva a cabo el cultivo y cosecha del café orgánico chiapaneco</li> <li>El tostado y catación del café orgánico chiapaneco para ser de los mejores del orbe</li> <li>La certificación del café orgánico en Chiapas</li> <li>Los tipos de café orgánico</li> <li>Expectativas del café orgánico chiapaneco</li> <li>Preferencias del consumidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué es el café orgánico?</li> <li>¿Cuáles son los antecedentes históricos del café orgánico en México?</li> <li>¿En qué cantidades se produce, se exporta, y se consume el café orgánico en México?</li> <li>¿En qué cantidades se produce, se exporta, y se consume el café orgánico en Chiapas?</li> <li>¿Las condiciones de cultivo del café orgánico chiapaneco serán las adecuadas?</li> <li>¿Cuál es el proceso del café orgánico chiapaneco?</li> <li>¿Es de calidad el café orgánico chiapaneco?</li> <li>¿Por qué el café chiapaneco es considerado como los mejores del mundo?</li> <li>¿Debe ser reconocido el café chiapaneco como los mejores del mundo?</li> <li>¿Cuáles son las expectativas del café orgánico chiapaneco para el 2012?</li> </ul>

1

## El Café orgánico

## 1.1 ¿QUÉ ES EL CAFÉ?

**E**l café es la bebida natural más rica en cafeína, la sustancia más conocida del café y la que le confiere las propiedades estimulantes y parte de su sabor amargo. Contiene ácidos orgánicos que influyen en el sabor, olor y aroma del café y son responsables de su acidez; así como minerales (potasio, magnesio, calcio, cromo) y vitaminas (niacina), aunque su valor nutritivo es casi nulo, dada la poca cantidad necesaria para elaborar una taza de café.

Es la bebida de mayor consumo mundial después del agua. 320 millones de toneladas, 400 mil millones de tazas al año. Dicha bebida se obtiene de la infusión de los granos procesados de la planta *Coffea* sp. Existen un total de 70 especies de café los más comunes en México son 2 principales:

- *Coffea arabica*
- *Coffea robusta*

## 1.2 ¿QUÉ ES EL CAFÉ ORGÁNICO?

**E**l café orgánico es un café libre de químicos y pesticidas que se cultiva con un estricto control de calidad y en armonía con la naturaleza. El café orgánico se cultiva mediante una estrategia productiva orientada a la obtención de café de calidad y la protección del ambiente, sin la aplicación de insumos de síntesis química, y que se rige por normas de producción y procesamiento, mismas que son vigiladas mediante un proceso de certificación que garantiza al consumidor la adquisición de alimentos de calidad sin residuos químicos, como son fertilizantes y plaguicidas.

También se puede decir que es un sistema de producción que tiene como fundamento la conservación y mejoramiento de la fertilidad del suelo, con técnicas

e insumos compatibles con el medio ambiente y la conservación de la biodiversidad vegetal y animal. El combate de plagas se realiza mediante prácticas de tecnología limpia tales como: control biológico, uso de trampas, podas, aplicación de productos funguicidas e insecticidas de origen orgánico.

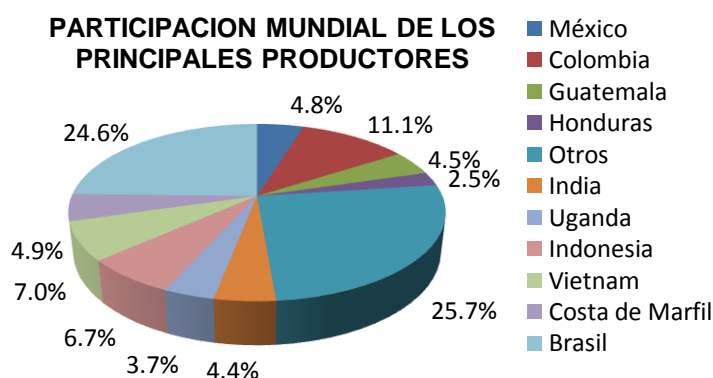
## 1.3 ANTECEDENTES HISTORICOS

**S**e ha decidido integrar a este trabajo de investigación la historia del café no solo en México sino su importancia a nivel internacional, se sabe que sin sus antecedentes históricos pasa a ser una simple investigación, además que es de suma importancia colocar esta breve historia sobre el café en México para futuras aclaraciones.

El café es un producto que ha estado ligado desde hace varios siglos al mercado internacional. En el siglo XVII se inició su consumo en Europa, el cual se popularizó hasta los siglos XVIII y XIX. Tradicionalmente la producción se ha establecido en los países en desarrollo, que estuvieron bajo regímenes coloniales; y por otro lado la industrialización y la mayor parte del consumo se concentra en los países desarrollados.

### 1.3.1 Acuerdos internacionales sobre el café

Existen acuerdos que es necesario tener conocimiento de ellos, de los cuales afectan a México de gran manera porque ha permitido que nuestro país tenga constantes trabas para realizar un esquema de libre comercio, por eso se ha decidido incluir este tema.



*Gráfica 1.1  
Muestra a los  
principales  
productores*

Fuente. ASERCA CON DATOS DE USDA

En los años recientes el mercado internacional del café ha pasado por dos situaciones distintas: un esquema de comercio regulado entre los países productores y consumidores, y un esquema de libre comercio.

El esquema de mercado controlado operó de 1962 a 1988. Después de varias crisis de sobreproducción de café, en el año de 1962 se crea la Organización Internacional del Café (OIC), que es un organismo multinacional que funciona en el marco de la Organización de las Naciones Unidas, teniendo su sede en la ciudad de Londres. En la OIC participan prácticamente la totalidad de países productores y los 25 principales países importadores; productores y consumidores tienen una participación paritaria en la toma de decisiones del organismo.

Bajo este esquema el mercado se controlaba mediante un conjunto de acuerdos establecidos en un Convenio Internacional del Café (firmado en 1962 y renovado en 1968, 1976 y 1983) y en el que las cláusulas económicas del mismo tenían el objetivo de realizar un equilibrio razonable entre la oferta y la demanda, sobre bases que garantizaran a los consumidores un adecuado abastecimiento de café a precios equitativos, y a los productores, un mercado seguro para el grano a precios adecuados.

### **1.3.2 Participación mundial de los principales consumidores**

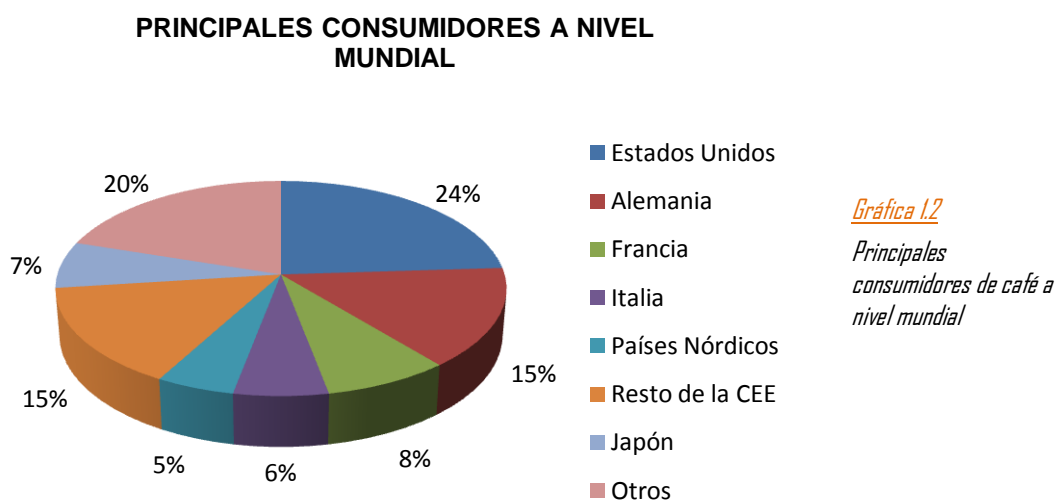
Al igual que los antecedentes y los acuerdos, la participación de los principales consumidores es muy importante porque México exporta cantidades importantes de sacos de café a los países que se presentaran en la siguiente gráfica (gráfica 1.2).

Este objetivo se concretizó mediante la distribución de las exportaciones entre los países firmantes, por lo que en el texto de los acuerdos se señalaba una cuota por país, con lo cual se logró que en el periodo de 1983 a 1989 los precios se mantuvieran en el nivel de 120-140 centavos de dólar por libra. En este sentido, la regulación internacional tenía todos los objetivos de un cártel: repartición del mercado y fijación no competitiva del precio. Esto claramente afecta a los países subdesarrollados o emergentes, ya que no tienen voto para fijar sus precios y se



ven sometidos por los países desarrollados, los cuales fijan los precios a su conveniencia, o de acuerdo a la oferta agregada y demanda agregada.

El 3 de julio de 1989, al romperse los acuerdos sobre las cláusulas económicas debido a la presión de Estados Unidos por parte de los importadores y de México por parte de los exportadores, se inicia la operación del mercado mundial del café bajo un régimen de mercado libre. La razón que adujo Estados Unidos fue que en el mercado fuera de cuota los productores colocaban café más barato hacia los países socialistas; por su parte el gobierno de México consideraba que la cuota que tenía asignada era muy inferior a su nivel de producción, y que el café producido tendrían mayor demanda en el mercado internacional.



### 1.3.3 Comercialización del café

En lo que se refiere a la comercialización de café tostado, el proceso de concentración del capital se agudiza aún más, cuando este proceso es acaparado por 4 empresas torrefactoras, que procesan casi la mitad del café de los países miembros de la OCDE.

GRUPO	FILIALES	VENTAS (MILLONES DE DOLARES)	CAFÉ PROCESADO (MILLONES DE SACOS)	PARTICIPACION EN EL MERCADO DE LA OCDE (%)
<b>Phillip Morris</b>	Jacobs- Suchard General Foods	14.3	12.0	20
<b>Nestlé</b>	Nestlé	17.5	9.5	16
<b>Procter &amp; Gamble</b>	Folger's	14.2	3.7	6
<b>Sara Lee</b>	Dowgbe Egbert	8.1	3.3	6

*Tabla 1.1*

*Muestra las ventas,  
los sacos, y la  
participación de las  
4 empresas  
principales del  
manejo del café a  
nivel mundial*

Como puede observarse, el mercado internacional del café no tiene un comportamiento de libre competencia, y en ausencia de las cláusulas económicas el Convenio Internacional del Café, los precios no están determinados solamente por la oferta y la demanda, sino también por el poder oligopólico de las corporaciones internacionales.

Café años	Millones de años	Millones de bolsas	Estados unidos centavos de dólar por libra FOB
<b>1999/00</b>	8.7	89,4	74
<b>2000/01</b>	5.8	90,4	49
<b>2001/02</b>	4.9	86,7	43
<b>2002/03</b>	5.5	88,2	47
<b>2003/04</b>	6.4	88,8	55
<b>2004/05</b>	8.9	89,0	76
<b>2005/06</b>	10,1	87,9	87
<b>2006/07</b>	12,5	98,4	96
<b>2007/08</b>	15,0	96,1	11,8
<b>2008/09</b>	13,5	97,4	105
<b>2009/10</b>	15,4	93,4	125

*Tabla 1.2*

*Las exportaciones  
mundiales de café, por  
su valor y volumen*

Fuente. International Coffee Organization (ICO). Comercio Mundial del Café

El café es el mundo que más se comercia los productos agrícolas tropicales, lo que representa exportaciones por valor de un estimado de EE.UU. \$

15,4 mil millones en 2009/10, cuando algunas bolsas de 93,4 millones fueron enviados. (Tabla 1.2)

## 1.4 EL CAFÉ EN MÉXICO

**E**n México, el cultivo y consumo del café como bebida data de la última década del siglo XVIII; a más de doscientos años de su introducción, el grano es considerado uno de los cultivos de mayor importancia económica, sociocultural y ambiental. Cabe destacar que el café orgánico mexicano es de los mejores a nivel internacional, pero este tema se tocará más a detalle en capítulos siguientes.

En México, la caficultura se considera como una actividad estratégica fundamental, debido a que permite la integración de cadenas productivas, la generación de divisas y empleos, el modo de subsistencia de muchos pequeños productores y alrededor de 30 grupos indígenas y, en forma reciente, de enorme relevancia ecológica, pues más del 90% de la superficie cultivada con café se encuentra bajo sombra diversificada, que contribuye a conservar biodiversidad y como proveedor de vitales servicios ambientales a la sociedad. No obstante su relevancia, el sector cafetalero ha estado inmerso en las recurrentes crisis por la caída de los precios en el mercado internacional. El café orgánico y de comercio justo son alternativas para poder seguir aprovechando el café como eje de desarrollo comunitario y regional. Esta producción tendrá un mayor potencial en la medida que desencadene o se inscriba en procesos más amplios de desarrollo rural.

En México se han impulsado y desarrollado diversas alternativas para superar esta situación desfavorable e incluso poder seguir aprovechando el café como eje de desarrollo comunitario y regional. Entre estas experiencias, las más exitosas son la producción y comercialización de café orgánico y el comercio justo certificados; de esta manera, el café mexicano se ha diferenciado e incursionado en mercados muy especializados. Tanto el café orgánico y el comercio justo, se piensa que son grandes alternativas para que México tenga un crecimiento

económico y por fin la pobreza de estas zonas marginadas disminuya, hace falta apoyo de parte de las autoridades mexicanas

Estado/Año	2004	2005	2006	2007	2008	Promedio 04-08	Participación porcentual
Chiapas	637	637	588	566	512	588	38.24
Puebla	351	344	256	256	299	308	20.00
Veracruz	397	323	305	305	291	327	21.25
Oaxaca	178	157	200	200	170	179	11.66
Guerrero	49	48	49	49	49	49	3.16
Hidalgo	39	44	42	42	37	41	2.65
Nayarit	20	20	17	17	28	21	1.34
Otros	26	25	24	24	28	26	1.70
<b>Total</b>	<b>1697</b>	<b>1599</b>	<b>1415</b>	<b>1459</b>	<b>1415</b>	<b>1538</b>	<b>100</b>

*Tabla 1.3*

*Representa la  
producción en miles de  
toneladas de café  
cereza en México de  
2004 a 2008*

El café llegó a México en 1790, fueron Veracruz, Morelos, Michoacán y Oaxaca, los primeros estados donde se cultivo. Es un producto tropical que se cultiva en las zonas montañosas y se estima que cerca de un 60% de los pequeños productores son indígenas. Hay más de 400 mil productores, de los cuales el 90% son pequeños, con extensiones de tierra menores a las 5 hectáreas y un 30 % de ellos son mujeres. Es la base económica de 3.2 millones de personas.

#### 1.4.1 La Política Cafetalera

El equipo de investigación decidió integrar el tema de política cafetalera, es de suma importancia que se tenga conocimiento acerca de las políticas que se manejan en México para el café. Desde 1949 se da un impulso a la cafecultura con la creación de la Comisión Nacional del Café. Se buscaba incrementar las áreas dedicadas al cultivo y proporcionar servicios de asesoría en la producción, pero dejando la tarea de comercialización del grano a las grandes compañías privadas. Pero desde 1973, se incrementa la participación estatal en la

cafecultura mexicana, con la restructuración del Instituto Mexicano del Café, más conocido como INMECAFÉ.

A partir de entonces, éste organismo contaba con atribuciones legales para intervenir en el financiamiento, el beneficiado del grano, la comercialización internacional, además de tener la responsabilidad de la investigación agrícola y el desarrollo de tecnología, de producir maquinaria industrial, de asegurar el abasto interno a la industria torrefactora nacional e incluso de organizar a los productores.

A pesar de que el café como cultivo y producto está estrechamente ligado al mercado y que los pequeños productores han sufrido de manera importante los efectos de la liberalización del mercado y de la concentración del capital, se han venido impulsando y desarrollando una serie de acciones alternativas para poder sobrevivir a las nuevas condiciones, e incluso poder seguir aprovechando a la producción cafetalera como motor de desarrollo comunitario y regional.

Estados caracterizados, la mayoría de ellos, por localizarse en zonas de difícil acceso, por tener profundos rezagos en infraestructura básica y una fuerte presencia de población que vive en pobreza extrema, el 66% de los productores habla al menos una lengua indígena.

## **1.5 CERTIFICACIÓN DEL CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO**

La certificación orgánica es la garantía de que un cultivo se manejó siguiendo las normas de la producción orgánica. Porque cuando el consumidor ve el sello de la agencia certificadora lo reconoce y le da confianza de que el producto es orgánico. La certificación es útil al consumidor. Pero también es útil al productor, porque le ayuda a vender mejor sus productos diferenciados.

Para que un productor ingrese al mercado del café orgánico, es necesario que cuente con una certificación que lo acredite y para aplicar a ella, debe cumplir con estrictas normas de producción, bajo el control de inspectores de una Agencia Certificadora Internacional.

También es importante tomar en cuenta que el proceso de certificación y las inspecciones tienen un costo, por lo que los productores interesados deben solicitar toda la información necesaria cuando seleccionen una agencia certificadora. De acuerdo a las necesidades particulares y los mercados hacia los cuales orientará el café. Es recomendable que los caficultores se asocien para compartir los costos.

### **1.5.1 CERTIMEX**

CERTIMEX, Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos es una sociedad civil legalmente registrada bajo el Núm. 164/97, constituida con la finalidad de contribuir en el desarrollo de la producción mediante la inspección y certificación de calidad de los procesos y productos agrícolas, pecuarios, agroindustriales y forestales.

CERTIMEX ofrece y desarrolla los siguientes servicios de certificación:

- Certificación de productos y procesos ecológicos (orgánicos) para el mercado Nacional.
- Certificación de productos y procesos ecológicos (orgánicos) para el mercado de la Unión Europea.
- Inspección de productos y procesos ecológicos (orgánicos) para el mercado de los Estados Unidos de acuerdo con las normas del NOP.
- Inspección de café orgánico cultivado bajo sombra de acuerdo con las normas del Smithsonian Migratory Bird Center (SMBC)
- Certificación de Productos y procesos ecológicos (orgánicos) para el mercado en Japón de acuerdo con las normas Organic JAS.
- Certificación de productos (orgánicos) de pequeños productores organizados conforme a las normas de Símbolo de Pequeños Productores.

Es importante que los productores de café, tengan un conocimiento sobre la certificación ya que de ésta depende que su producto entre en la competencia

libre de mercado. Posiblemente los pequeños productores se vean totalmente superados por las grandes empresas del café.

### **1.5.2 Autorización del uso del sello CERTIMEX**

CERTIMEX solamente es responsable de la autorización del uso de sello en productos orgánicos o ecológicos certificados por CERTIMEX. El sello logotipo y nombre es una marca registrada que sólo podrá ser usada por los proveedores que tengan la certificación vigente para el tipo de producto correspondiente.

A continuación se indican los procedimientos generales para la obtención del uso de sello CERTIMEX:

- El sello de CERTIMEX solamente se puede utilizar para el producto certificado como orgánico.
- Los proveedores que deseen utilizar en sus empaques o envases de producto(s) la referencia de CERTIMEX, deben hacer una solicitud por escrito a la oficina de CERTIMEX utilizando el formato de solicitud, indicando claramente el tipo de producto a etiquetar, el volumen del producto y el ciclo de producción a que corresponde dicho producto.
- El uso de sello no implica un costo adicional para el proveedor. El sello se deberá imprimir respetando el diseño original del logotipo y nombre de CERTIMEX en cuanto a tipografía y colores, el tamaño puede variar de acuerdo con la etiqueta a utilizar.
- El sello CERTIMEX deberá estar preferentemente en un lugar visible en la parte frontal o lateral del empaque, seguido de la leyenda “Certificado por:” ó “CERTIFICADO POR:”.

Se decidió incluir los procedimientos de certificación porque muchos de los productos orgánicos no están totalmente certificados, ni por CERTIMEX ni por ninguna otra certificadora oficial. Los pequeños productores deben certificar su producto para que el consumidor tenga la confianza de adquirir el café.

## 1.6 COMERCIO JUSTO

**E**l café es uno de los principales productos del llamado comercio justo. La etiqueta Max Havelaar fue dedicada inicialmente a este producto. Fue elegido como símbolo porque era el producto más exportado tras el petróleo y porque su precio se fijaba en la bolsa de los mercados internacionales, aunque sea producido en su mayoría por pequeños campesinos y empresas familiares.

Los compradores que disponen de esta etiqueta se comprometen a comprar el café a un precio mínimo incluso aunque los precios mundiales sean inferiores a este límite máximo (el precio de compra sigue el tipo de cambio del mercado cuando éste supera el límite máximo, como fue el caso entre 1994 y 1997). Este precio mínimo, junto a una prefinanciación de las cosechas y una garantía de compra sobre varios años permitió a numerosos pequeños productores mejorar sus condiciones de vida y no quedarse en la miseria en la crisis del café de 1997 cuando la enorme caída de las bolsas (-65%), causada por la sobreproducción, dejó el precio de compra por debajo del costo de producción.

La etiqueta garantiza también el pago de una prima de desarrollo destinada a la instauración de programas alimentarios, salud o educación.



# 2

## **La Producción, Comercialización y Consumo en México**

## 2.1 PRODUCCIÓN DEL CAFÉ ORGÁNICO

Desde el año de 1986 se ha venido impulsando con buenos resultados la producción de café bajo el sistema orgánico. Este sistema representa un rescate de varios elementos de la tecnología agrícola tradicional que permite que con los insumos disponibles de la propia parcela y realizando prácticas de conservación de suelos y aguas, se lleve a cabo el cultivo sin usar insumos químicos. El resultado es que los productores obtienen rendimientos de 15 quintales por hectárea en promedio, además de mantener la biodiversidad y los recursos naturales. Cuando el producto es certificado internacionalmente se puede vender con sobreprecio, con lo que se logra además mantener un mejor nivel de vida de la familia campesina.

La producción de café orgánico en México inició hace más de cincuenta años con la experiencia de la Finca Irlanda en el Soconusco en Chiapas, pero es hasta la crisis cafetalera de 1989-1994 cuando se consolida la producción orgánica al ser retomada por las organizaciones cafetaleras, debido a que esta



*Foto 2.1. Familia campesina*

actividad se caracteriza por incluir los conocimientos de la caficultura tradicional, evita el uso de insumos sintéticos procedentes del exterior e intensifica el uso de mano de obra, bajo normas y reglamentos establecidos por agencias certificadoras. De esta manera, el café orgánico se integra a procesos organizativos democráticos y autogestionados de organizaciones

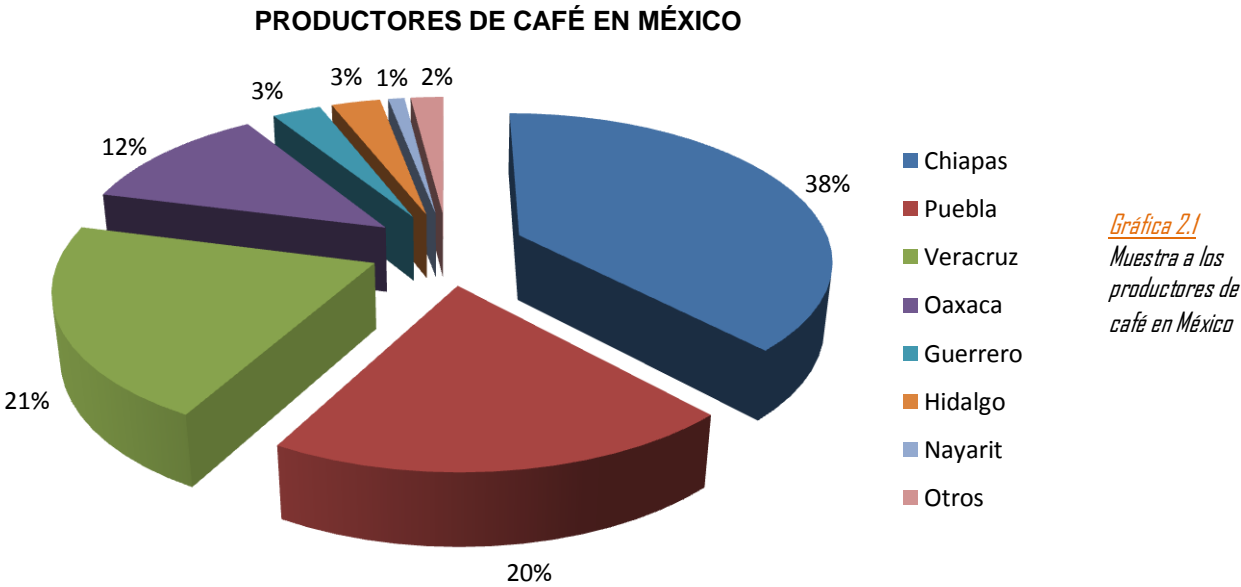
de pequeños productores, aspectos sociales que además han impulsado la creación del comercio justo.

Los principales productores orgánicos son en su mayoría grupos muy bien organizados, muchos de ellos en comunidades indígenas. Entre las

organizaciones más exitosas están UCIRI, ISMAM, CEPSCO, Majomut, MICHIZA, La Selva, Federación Indígena Ecológica, Tiemelonla Nich K Lum, Tosepan Titataniske, Unión Regional de Huatusco y REDCAFES, por citar algunas.

La producción del país está concentrada en los estados de Chiapas, Puebla, Veracruz y Oaxaca, que representan en conjunto el 91% de la producción, el 82% de la superficie y 80% del número de productores. De la producción total, el 84% son granos arábigos procesados con beneficio húmedo, 12% son arábigos naturales (secados al sol) y el restante 4% corresponde a la variedad robusta. Las cifras nacionales, han permitido que nuestro país ocupe el tercer lugar de producción mundial en el tipo arábiga.

Actualmente cerca de 8,000 pequeños productores de Chiapas y cerca de 20,000 en todo México se encuentran produciendo café orgánico y llevando a la práctica las labores orgánicas hacia otros cultivos como el maíz y las hortalizas.



Fuente.

*Tabla 2.1 Organizaciones indígenas que producen café orgánico certificado*

<b>Organización</b>	<b>Estado</b>	<b>Área de influencia</b>	<b>Grupo étnico</b>
<b>Nubes de Oro S. de S.S</b>	Chiapas	Municipio Mapastepec	Mestizo
<b>Unión de Campesinos Ecologistas de Acacoyagua S. de S.S (UCEA)</b>	Chiapas	Municipio Acacoyagua	Mestizo
<b>Café Neey S.P.R de R.I</b>	Oaxaca	Comunidad Rancho Grande del Municipio de Valle Nacional	Chinanteco
<b>Productores de Café Santo Domingo S.C de R.L</b>	Oaxaca	Comunidad de Santo Domingo del Municipio de Coatlán	Mestizo
<b>Unión de Sociedades para la Producción Agropecuaria Sustentable A.C (UNISOPRAS)</b>	Veracruz	Regional. Varios municipios de las regiones de Huatusco y Córdoba	Mestizo
<b>Unión Regional de Pequeños Productores de Café Agropecuaria, Forestal de la Zona de Huatusco S.S.S</b>	Veracruz	Regional. Varios municipios de la región de Huatusco	Mestizo
<b>Red de Organizaciones Cafetaleras Sustentables A.C (REDCAFES)</b>	Veracruz	Regional. Varios municipios de Chocamán, Ixhuatlán y Tepatlaxco.	Mestizo
<b>Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional TosepanTitataniske</b>	Puebla	Municipio de Cuetzalan	Nahuas
<b>Sociedad Cooperativa La Pintada</b>	Guerrero	Comunidad La Pintada del Municipio de Atoyac de Álvarez	Mestizo

### 2.1.1 Ciclos de Producción

El café es un cultivo perenne, sin embargo el periodo de mayor recolección se da entre enero y marzo de cada año. Este producto presenta un “ciclo de producción bianual”, o sea, que después de un año de una gran cosecha, el siguiente es de menor volumen.

## 2.2 COMERCIALIZACION DEL CAFÉ ORGÁNICO

La tendencia mundial creciente en favor de los cafés de especialidad se refleja en que actualmente los mercados de cafés diferenciados importan entre 7 y 9 millones de sacos de café verde, que representan del 9 al 12 % de las importaciones mundiales. En particular, sobre salen los cafés especiales que incluyen estándares sociales y ambientales, derivados de la mayor preocupación mundial por estos asuntos.

Es importante desarrollar una estrategia de comercialización apropiada para cada situación y producto; las condiciones e implicaciones pueden variar dependiendo del producto y del nicho de mercado al que se quiere llegar. Los pequeños productores deben emplear diferentes medidas para vender su producto, es difícil colocar su café orgánico en el mercado internacional.

### 2.2.1 Distribuidores y Proveedores de Café en el Pasado

El café, desde su descubrimiento y sus primeros usos en el norte de África, siempre ha sido una bebida muy popular y buscada. De hecho, en algunas zonas, como gran parte de África y partes de Yemen, el café es aún utilizado en ceremonias religiosas. Hoy en día, el café se ha propagado en todo el mundo y como el número uno en popularidad de bebidas de hecho, el café en el mercado económico internacional se sienta con orgullo como el séptimo más grande del mundo en las exportaciones agrícolas legales.

Uno de los principales consumidores de gran cantidad de la exportación, por supuesto, son los Estados Unidos. Dado que casi todos los exportadores de café son proveedores de café a los Estados Unidos, los compradores en los Estados Unidos pueden comprar al por mayor café de casi cualquier parte del mundo, asegurando mayor variedad de granos de café y sabores de café inimaginables el sueño de todo dueño de cafetería. Pero, ¿cómo elegir entre esta vasta multitud de proveedores de café? ¿Cómo saber dónde comprar, cuánto pagar, y lo que debe buscar en el café? Son preguntas que solo el mercado estadounidense puede responder, y es ahí donde el café orgánico mexicano debe introducir su producto y comenzar a ganar terreno ante los grandes proveedores del mundo.

### 2.2.2 Distribución

Entiéndase por distribución todo el proceso en el cual se lleva el producto terminado al consumidor final, de este proceso hace parte un canal. Los canales se clasifican en largos o cortos. Entre más corto sea el canal, menor costo tendrá que pagar el consumidor por el producto, ya que habrá menor valor agregado por manipulación del mismo.

Los canales más utilizados son:

- Fabricante – Mayorista – Minorista – Consumidor
- Fabricante – Mayorista – Consumidor

Es raro encontrar un canal Fabricante – Consumidor, pero dependiendo de la naturaleza del producto hay industrias que manejan ese tipo de formatos de distribución. De todas maneras no hay estándares para definir la estrategia o las tácticas en distribución.

Es importante que en México existan canales cortos, para evitar un sobreprecio en el café orgánico, ya que los pequeños productores se ven afectados por los mayoristas y minoristas que su única intención es obtener un beneficio personal, y la mayoría de estas personas poco les importa el crecimiento económico del café.

### **2.2.2.1 Venta directa**

Es la venta que se realiza directamente en las fincas o en ferias. Se da como una opción atractiva, siempre y cuando haya suficientes clientes. También se puede realizar a través de pedidos por teléfono.

### **2.2.2.2 Supermercados**

Los supermercados representan el canal con el mejor potencial para que los productos se den a conocer y crezca su comercialización. La clientela es gente común y corriente.

### **2.2.2.3 Precio**

El precio, a ser fijado por las empresas pequeñas y grandes, esta condicionado por:

- Demanda. Los consumidores actuales y potenciales del producto.
- Participación en el mercado. Las pequeñas y grandes empresas, de acuerdo a su posición en el mercado provocan y establecen diversas estrategias de precios que son seguidas o atacadas por las empresas competidoras. La empresa líder en el mercado tendrá mayor ventaja para definir un precio, si cuenta con un mercado totalmente establecido y leal.
- Competencia. Al momento de fijar los precios, es necesario considerar los márgenes de libertad que se deben dejar para contrarrestar la reacción de las empresas competidoras, lo que puede afectar la preferencia del producto determinado.
- Costos de producción. El precio del producto deberá, por lo menos, cubrir los costos fijos y variables en los que ha incurrido la empresa para no tener pérdidas.

Las pequeñas empresas se ven atacadas por las grandes empresas, los pequeños productores están en total desventaja.

#### **2.2.2.4 Promoción**

Es el elemento de la mezcla de mercadeo que sirve para informar y comunicar al mercadeo y persuadir a los consumidores hacia la compra de determinado producto.

En México se deben realizar campañas para promocionar el café orgánico, ya que es muy poca la información que las personas tienen de este producto.

#### **2.2.3 Los Principales Proveedores de Café en Todo el Mundo**

Casi todo el café en los Estados Unidos es importado, más que cosechado a nivel local, debido a cuestiones climáticas. El principal productor internacional de café, que produce casi el doble que el competidor que le sigue, es Brasil, que maneja alrededor de 1,8 millones de dólares en comercio de café cada año. Vietnam ocupa la segunda posición, seguido por Indonesia, Colombia y México.

Los precios del café fluctúan, pero en la actualidad rondan en torno a un dólar por libra en mercado de importación, una disminución de casi el triple de hace diez años. El café es uno de los más valiosos productos básicos comercializados después del petróleo, y es una herramienta importante para ayudar a los países del tercer mundo a desarrollarse.

### **2.3 CONSUMO DEL CAFÉ ORGÁNICO**

**M**éxico es uno de los principales productores de café en el mundo, y sin embargo, el consumo de café en nuestro país es uno de los más bajos a nivel global. Esto implica que la mayor cantidad de café producido tiene que exportarse, lo que produce una gran vulnerabilidad por la dependencia de las condiciones del mercado que es influenciado cada vez más por causas externas a la simple oferta y demanda.

Para reducir la dependencia de los productores de café de las condiciones del mercado internacional, que es controlado por un número cada vez más



pequeño de grandes corporaciones trasnacionales, se ha venido realizando en México un trabajo de promoción del consumo interno de café, que permita en el mediano plazo colocar un mayor volumen de café en nuestro país.

La idea es poder aumentar el consumo que en la actualidad es de menos de 600 gramos por persona por año, a un nivel semejante al de Brasil que es de 3 kilogramos. Esta situación llevaría a que cerca del 30% del café exportable dejaría de venderse al extranjero, con lo cual se obtendrían mejores condiciones de venta para los productores.

### 2.3.1 Presentación del Café

La presentación del café es importante para que los consumidores compren el



*Foto 2.2 Forma de preparar el café*

producto. El café puede servirse tal cual o mezclarse con leche o crema. Se le suele añadir azúcar, y en ocasiones chocolate o especias como la canela, nuez moscada o carda. Generalmente se sirve caliente, pero recientemente se han ido extendiendo bebidas congeladas a base de café. El gusto

por el café no es espontáneo, sino que debe cultivarse, puesto que su sabor es fuerte y amargo.

Existe una variedad de preparaciones que incluyen sólo café expresso y leche caliente, en el siguiente tema se hablará más a detalle sobre estas variaciones, pero en este momento se hablara de su presentación de manera general, de las cuales son las más conocidas.

Latte macchiato, es leche caliente "manchada" con café expresso (pequeña cantidad de expresso). El café se agrega sobre la leche. No confundir con el café macchiato.

Café latte, es un café expresso con leche caliente. Las proporciones son 1/3 de expresso y 2/3 de leche caliente.



*Foto 2.3 Cappuccino*

En francés es conocido como café aulait, y en español simplemente café con leche. Cappuccino (o capuchino en español), es un café expresso al que se le añade leche espumosa, generalmente salpicada con polvo de cacao. La proporción debe ser 1/3 de

expresso, 1/3 de leche y 1/3 de espuma de leche.

La palabra “cappuccino” se toma de la semejanza del color de esta preparación con el color de los hábitos de los monjes de esa orden. Como la leche se agrega al café, es posible demostrar la destreza en este procedimiento en lo que se ha denominado arte del latte.

### **2.3.2 Variaciones en la preparación del café, influyen en la compra del consumidor**

Existe una gran cantidad de variaciones en la preparación del café, que influyen



*Foto 2.4 Café Barraquito*

en la compra del consumidor, depende de su preparación. La preparación incluye otros ingredientes como: licores, cremas y especias. Los nombres pueden variar de país o zonas geográficas:

*Café americano*, es un café reducido o suavizado con el doble o más de agua de lo normal.

*Café Árabe*, café con azúcar, hecho a partir de agua hervida con canela y cardamomo.

*Café Barraquito*, es un café cortado largo con leche, leche condensada, canela, una raspa de limón y un chorrito de Licor 43 o Tía María.

*Café Bedoña*, un café con chocolate a la taza y leche condensada.

*Café Blanco y negro*, un granizado de café con leche merengada o con helado (de turrón o mantecado).

*Café Biberón de Milán*, un café mezclado con leche condensada, yema de huevo, vermut, una rodaja de limón y canela, servido con hielo granizado.

*Café Bombón*, biberón o goloso (en Canarias, cortado condensada) es un café con leche condensada. Es típico de la zona del Levante español.

*Café Carajillo*, una bebida con alcohol preparada con brandy, ron u otros licores y café a partes iguales. En algunas partes, el licor se quema con azúcar, unos granos de café y una corteza de limón, salvo que se vaya a servir con nata, en cuyo caso, se quema sin limón

*Café Moka* es un 1/3 café expresso, 1/3 de chocolate y 1/3 de leche



*Foto 2.5 Molido del café*

Chocolateado, un café al que se le añade chocolate a partes iguales.

*Crema*, (*café-crème*) un café en el que se añade un poco de crema fresca o una nube de leche. En la Suiza francófona, al café con leche se le llama renversé (invertido).

*Frappé* a base de café soluble batido, se puede servir con leche y

siempre muy frío. Es muy popular en Grecia.

*Irlandés*, una bebida con alcohol preparada con un volumen de whisky por cada tres volúmenes de café.

*Café vienés* (o *cappuccino allaviennese*, en Viena se llama "*Melange*") es una preparación compuesta de un café expresso largo bastante claro, al cual se le añade leche caliente batida con crema, y como el cappuccino, se adorna el café vienés con chocolate en polvo en virutas.

*Café instantáneo*, El café instantáneo y soluble es café seco en polvo o granulado, que se puede disolver rápidamente en agua caliente para ser consumido.

El café soluble instantáneo es creado en 1901 por el químico estadounidense de origen japonés, Satori Kato. Este tipo de café actualmente es demandado por su facilidad, bajo costo y rapidez en su preparación. La denominación café soluble se reserva al producto seco que resulta de la extracción del café tostado por medio de agua potable y que contiene exclusivamente los principios solubles, rápidos y aromáticos del café.

*Concentrado de café líquido.* Otro tipo de café preparado es el concentrado de café líquido. El concentrado de café es una pasta de café obtenida de una



*Foto 2.6 Concentrado de café líquido*

infusión de café de la cual se ha eliminado gran cantidad de agua. Según el grado de concentración del producto, el concentrado de café puede ser estable a temperatura ambiente o bien requerir congelación para su conservación. Las características del producto final serán el resultado de la materia prima empleada. Se emplea principalmente en situaciones institucionales grandes donde el café necesita ser producido para miles de personas a la vez ya que por simple dilución de la pasta se puede obtener gran cantidad de café listo para tomar.

### 2.3.4 Propiedades gustativas



Como en otros productos como el vino, el aroma desempeña un papel preponderante en el placer que de beber una taza de café. Este aroma es percibido por la mucosa nasal directamente, por la nariz o retronasalmente por la faringe cuando los compuestos volátiles remontan hacia la mucosa olfativa. Se cuentan al menos 800 compuestos químicos en el café.

*Foto 2.7.* Mujer disfrutando el aroma del

Su proporción y su naturaleza determinan la especificidad del café en cuestión. Como ejemplo, y para citar algunos compuestos mayoritarios, se encuentra la vainillina, el guaiacol y el 4-Ethylguaiacol (fenólicos y especias), el 2, 3-butadion (aroma de mantequilla), el 2-Methoxy-3-isobutylpyrazine (terroso), el methional (patata y azúcar) y finalmente el 2-Furfurylthiol (aroma, simplemente, de café). Otros compuestos proporcionan sensaciones de avellana, nuez, caramelo y, de manera más sorprendente, de seta, carne, etc.

La mayoría de estos compuestos se deterioran con el aire y la luz, lo que explica el consejo habitual de conservar el café molido en un recipiente hermético al vacío, al resguardo del calor y la luz. Conservar el café en forma de granos y molerlo en el último momento minimiza la superficie de contacto con el aire, y en consecuencia la probabilidad de degradación de los aromas.

Cada persona tiene diferentes gustos por el café, la idea que el equipo de investigación quiere dar a conocer es que tanto las variaciones en la preparación del café así como su presentación, influyen mucho en el consumo ya que depende de cual sea su aroma y su textura (propiedades gustativas) para que el consumidor adquiera el producto.

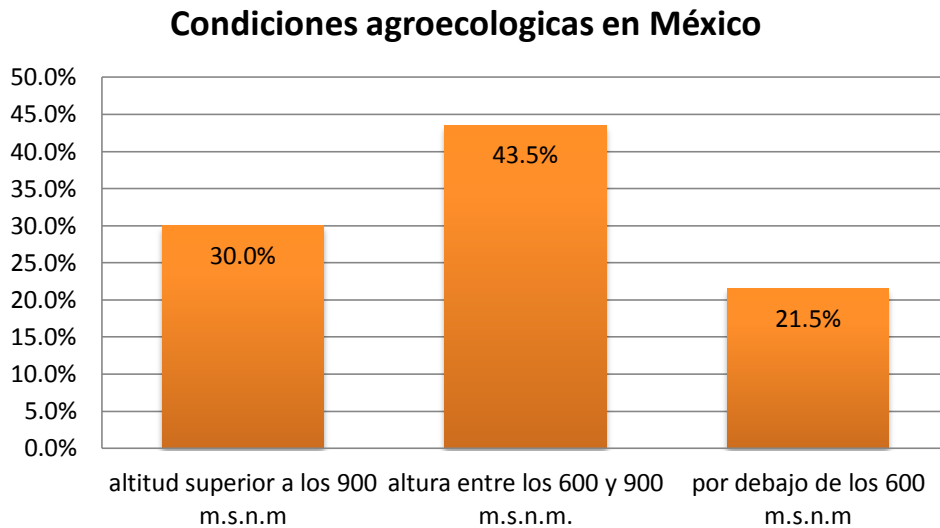
# 3

## La elaboración

### 3.1 CONDICIONES DE CULTIVO

**M**uchos factores determinan la calidad de un buen café, como son las características del grano, la altura, humedad, suelo, vegetación, sombra; un estricto control en las labores culturales y la cosecha; el control en el proceso de industrialización (beneficio húmedo y seco), el tueste, un molido adecuado y por último la preparación en taza.

Las condiciones agroecológicas mexicanas donde se cultiva café son propicias para la producción de granos de calidad. Por lo que, el 35% de la superficie de café se siembra a una altitud superior a los 900 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.) donde se producen cafés de altura y estrictamente altura. Por su parte, el 43.5% se encuentra a una altura entre los 600 y 900 m.s.n.m., con potencial para producir café con calidad de exportación prima lavado; mientras que el restante 21.5% de la superficie se encuentra por debajo de los 600 m.s.n.m., donde generalmente se producen cafés de calidades inferiores.



*Gráfica 3.1*  
*Muestra las*  
*condiciones*  
*agroecológicas*

Fuente. Elaboración gráfica del equipo de investigación

#### 3.1.1 Cultivo de café en sombra



### **3.1.1.1 Sombra rustica**

La sombra rústica está constituida por especies forestales naturales. El café rústico puede consistir en café cultivado bajo bosque primario o bajo bosque secundario, el más corriente. Cuando se han plantado árboles adicionales para producir productos de utilidad, el sistema se denomina Policultivo Tradicional. El área de café cultivado con dichos sistemas varía de un lugar a otro, pero, desde el punto de vista de la protección de las aves, mantener tales sistemas resulta sumamente deseable.

Al respecto surgen dos cuestiones fundamentales: el grado de intervención humana y la situación legal de protección del bosque utilizado para dar sombra. Incluso en los sistemas rústicos o tradicionales, los árboles de sombra, por lo regular, son reducidos y podados a fin de reducir la humedad de la parte más baja y de incrementar los niveles de luz. Lo que recomienda el Centro de Aves Migratorias del Smithsonian Institution es mantener un dosel o cobertura forestal mínima de un 40 por ciento y que las plantas de enredadera (epifíticas o hemiepifíticas) de los árboles de sombra no sean podadas. Aquellas enredaderas y plantas indeseables para las plantas de café deberán, por supuesto, removerse con fines productivos.

### **3.1.1.2 Sombra plantada**

Especies constituyentes de la sombra: Aquellos cultivos en los que se ha plantado la sombra consisten, por lo regular, en una "columna vertebral" de árboles que son las especies plantadas principalmente para proporcionarle a las plantas de café un ambiente sombreado óptimo. En los sistemas del Nuevo Mundo los árboles más corrientes de dicha columna vertebral son especies de *Inga* spp., y en menores elevaciones y más bajas latitudes son de *Erythrina* spp. Los árboles de la columna vertebral menos comunes son *Gliricidia sepium* y *Grevillea robusta*.

Desde el punto de vista de la conservación de la biodiversidad, tanto *Erythrina* como *Gliricidia* son especies inaceptables como columna vertebral por

caducar durante la estación seca y dejar a la plantación "sombreada" sin ninguna sombra durante un tiempo del año.

Entre los tipos adicionales de árboles empleados ocasionalmente como especies de la columna vertebral se incluyen Albizia spp., y Pinus spp.

## 3.2 ELABORACIÓN DEL CAFÉ

**A** Continuación se mostrará cual es el proceso, tostado y catación del café orgánico en México y por el cual es considerado uno de los mejores a nivel internacional.

### 3.2.1 Proceso

Al conservar los ciclos de nutrientes y al contribuir al mejoramiento de las características físicas y químicas del suelo (fijación de carbono atmosférico, producción de oxígeno y materia orgánica) se obtiene un café de primera calidad cien por ciento orgánico.



*Foto 3.1 sembradíos de café*

- La propagación del cafeto se realiza en su mayor parte por semilla constituida por la almendra, esta se obtiene de cerezas (frutos) seleccionados de la planta madre.

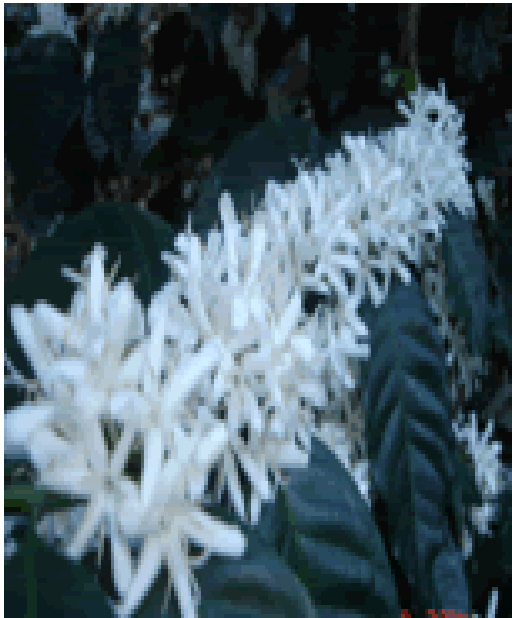
El mismo día del corte, los frutos son procesados manualmente y las semillas se almacenan en un lugar ventilado.



*Foto 3.2 cuidados necesarios para su germinación*

- Cuando están secas, se siembran en el semillero donde se les dan los cuidados necesarios para su germinación. Las áreas destinadas al cultivo del café orgánico se ubican en su mayoría en las vertientes montañosas, donde los cafetales operan como refugio de innumerables especies de plantas y animales.

Los cafetales son lugares decisivos para la protección de cuencas hidrológicas; ayudan a evitar el deterioro del suelo, aportan materia orgánica y contribuyen al mantenimiento de la fertilidad de la tierra.



*Foto 3.3 plantas de café en plena floración*

- Las plantas de café en plena floración, comienza su cosecha al tercer año de haber sido sembrada. A partir del cuarto año alcanza su plena producción obteniendo de 2 a 3.6 kilos de café cereza. Cuando los cafetales están listos para la cosecha, entre los meses de marzo y octubre, podemos observar los cientos de cerezos maduros dejándonos ver un panorama con un rojo profundo.

- La cereza debe recolectarse en completo estado de madurez, cuando tomo una coloración “rojo encendido”, evitando que se mezcle con granos verdes, porque estos contienen un alto grado de taninos que perjudican posteriormente la bebida resultando un sabor astringente (agarroso). Además de aminorar el peso total de la fruta.



*Foto 3.4 Plantas de cereza*



*Foto 3.5 Clasificación del grano, para su transformación*

- La cereza o fruto del café es llevada al beneficio, donde comienza su transformación, es importante mencionar que dicho proceso debe realizarse el mismo día que es cosechado el fruto para evitar pérdida en calidad y peso. Aquí se inicia la primera clasificación, separando el grano maduro que va al fondo, dejando en la superficie del agua, los granos verdes, vanos, secos y cualquier impureza de poco peso.



*Foto 3.6 proceso de putrefacción*

- La fermentación es un proceso por medio del cual las mieles y mucílago adheridas fuertemente al grano despulpado, se desprendan y disuelvan. Se inicia el proceso de putrefacción debido a las mieles y parte del mucílago que las cerezas dejan, adquiriendo un desagradable olor y sabor, de permanecer las cerezas sanas en esta

agua sucia, se contaminaran dañándose de sabor agrio, meloso o fermento.



El proceso de fermentación dura aproximadamente 24 horas, lo cual puede variar de acuerdo al medio ambiente. Si existe alta temperatura la fermentación se acelera ahorrándose algunas horas. En el caso de bajas temperaturas, se retrasa en ocasiones de treinta y cinco horas o más para lograr una correcta fermentación.

*Foto 3.7 proceso de fermentación*



- Después de una correcta fermentación las mieles y mucílagos que contenía el pergamino son desprendidos con facilidad. Lo que nos permite lavarlo adecuadamente para quitarle cáscara, cerezos o capulín y posiblemente residuos de mucílagos. De no ser así dará mal aspecto al pergamino, además del bajo rendimiento que esto ocasionaría.

*Foto 3.8 costales de café*

- El secado es otro de los pasos importantes dentro del eneficiado húmedo en que debe tenerse mucho cuidado, de esta acción va a depender que se obtenga una coloración uniforme del grano verde, buen rendimiento y rápida aceptación en los mercados nacionales e internacionales. Secado en asoleaderos es la forma tradicional de secar el café, obteniéndose un excelente pergamino por su lento secado, requiere de cierto tiempo, es necesario de cuatro a cinco días de buen sol y también estar continuamente “rayándolo”, para obtener uniforme el secado y por las tardes colocarlo a cubierto, evitando con esto que se vaya a mojar o absorber humedad por las noches.

### 3.2.1 Tostado y catación

Es en esta etapa del proceso es cuando se efectúa una rigurosa selección del grano por tamaño. Se le desmancha en el mismo proceso a un máximo de 28

imperfecciones por cada 350gms. Concluido el muestreo general de cada

lote de 250 sacos de café ya envasados.



*Foto 3.9 Cación del café*

Se procede a la catación realizada por un grupo de expertos en un laboratorio de control de calidad. Es ahí donde la muestra es tostada y pasa por un cuidadoso proceso

de prueba en seis tazas a través del cual se debe garantizar como resultado un sabor limpio y libre de impurezas u olores extraños.

Pasada la prueba se procede a tostar el café ya seleccionado y se le deja a un nivel máximo de 6% en grados de humedad. En este momento el café se



encuentra listo para ser molido y preparado para su disfrute. El dominio en las técnicas de cultivo del café, en cada etapa del proceso y en el preparado.

### 3.3 TIPOS DE CAFÉ

#### 3.3.1 Por su Especie y Variedades.

En México se cultivan comercialmente dos especies de café, siendo estas:



*Foto 3.10* café Arábica



*Foto 3.11* café Robusta



Existe una gran diversidad de especies de café, las más conocidas son la *coffea arabica* (café arábica) y la *coffea canephora* (café robusta).

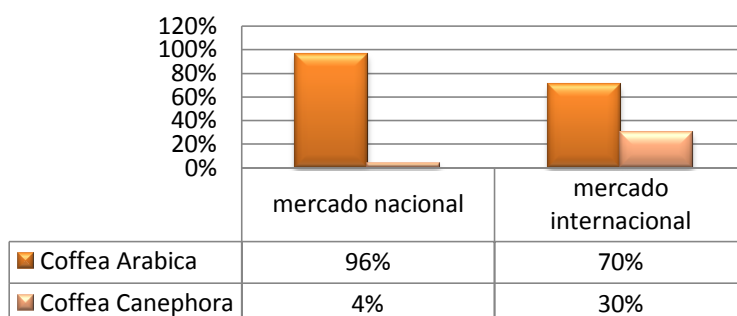
El café arábica, tiene mayor valor en los mercados nacional e internacional. Produce una bebida suave, con gran aroma y acidez y un cuerpo mediano, agradable bouquet y exquisito sabor. Cada una de sus variedades confiere a la taza características diferentes. Algunas de las variedades de esta especie son: typica,

bourbon, mundo novo.

El café robusta se considera de menor calidad, produce una bebida con poco aroma, sabor y mucho cuerpo. Un café arábigo tostado contiene menos cafeína que un robusta.

**Coffea arabica y Coffea canephora.** La primera es de mayor importancia por su calidad, valor en el mercado nacional e internacional y extensión territorial,

### Cultivo de especies



*Gráfica. 3.2*

*Cultivo de acuerdo a su especie*

ya que en México ocupa poco más del 96% de la superficie cafetalera y a nivel mundial se estima que ocupa el 70 %, en tanto que la especie *C. canephora*, se ubica en el resto de la superficie en México y el 30% a nivel mundial. Hay quienes a estas dos especies las identifican como (tipo arábigo y tipo robusta) respectivamente.

En cuanto a las variedades por especie en México las más comerciales son las siguientes:

*De “Coffea arábica” (Variedades árabes).* Se caracterizan por ser de porte pequeño, mediano y alto de forma apinada o cónica compactas y semi-compactas, su producción promedio anual con un manejo adecuado oxila entre los 4.5 a 6.5 kg. Planta siendo estas. *Typíca*, o *Criollo*, *Bourbon*, *Caturra*, *Mundo Novo*, *Catuaí*, *Garnica*, *Costa Rica 95*, *Oro Azteca*, *Maragogipe* y *Pacamara*; Traídas de otros países para efectos experimentales; *San Bernardo*, *San Ramón*, *Villa Sarchí*, *Villa Lobos*, *Blue Mountain*, *Catimor Colombia*, y *Sarchimor* entre otras,



De “*Coffea canephora*” (*Variedades Robustas*). Robusta Tradicional y Romex Mejorada. Como su nombre lo indica, estas son de forma robusta de gran vigor y rusticidad, su tamaño llega a ser 3 a 4 veces mayor que cualquiera de las arábicas, sus hojas y ramas son mayores que la variedad Típica pero no sus frutos, los cuales son mas pequeños, redondos y con escaso mucílago, su productividad es en promedio de 7 a 10 kg. por planta.

### **3.3.2 Por su Sistema de Cultivo.**

En esta parte se identifican dos principales sistemas de cultivo como son:

#### **3.3.2.1 El Cultivo Convencional.**

El cual además de las labores culturales correspondientes, desde su establecimiento o etapas posteriores es cultivado con el uso de productos químicos, ya sea para incrementar su nivel de productividad o para el control de plagas y enfermedades del cafeto, logrando una mayor producción, mejor calidad y como consecuencia mejores ingresos al productor.

#### **3.3.3.2 Sistema de Cultivo Orgánico o Biológico**

El cual se cultiva con una mayor intensificación de prácticas culturales, pero sin el uso de productos químicos, los cuales son sustituidos por productos orgánicos o biológicos tales como, abonos o compostas preparados a base de pulpa de café y lombrices entre otros, para mejorar la composición física y nutricional del los suelos, así como también el uso de hongos e insectos.

### **3.3.3 Por su Preparación para su venta en Oro verde.**

De esto podemos decir que por su preparación en oro verde tradicionalmente han existido dos grandes Tipos como son: Tipo Exportación y Tipo Consumo Nacional, dentro de los cuales y dependiendo del mercado se identifican las de:

*Preparación Americana* cuyo mercado principal es el de Estados Unidos de América siendo este menos exigente en cuanto a su calidad, pues en su clasificación acepta mayor porcentaje de defectos físicos.

*Preparación Europea* el cual es más exigente, pues requiere grano con planchuelas bien definidas, de mayor tamaño y el mínimo o nulo porcentaje de defectos físicos incluidos los caracolillos.

Por otra parte y considerado dentro del mercado de especialidades se tiene el *Café Gourmet*, cuya preparación de café convencional u orgánico, esta hecha para los consumidores de gustos más sofisticados y selectos.

Por lo que respecta al Café Tostado en Grano ó Molido también se cuenta entre otros, con las clasificaciones o tipos siguientes.

Café tostado Claro, Medio o Americano y el Fuerte que también se le conoce como tipo Francés.

# 4

## Café orgánico en Chiapas

## 4.1 CAFÉ ORGÁNICO EN CHIAPAS

### 4.1.1 Producción

Chiapas es el principal productor mundial de café orgánico, 18 millones de toneladas anuales son producidas por más de 60 mil productores, una tercera parte son mujeres indígenas y campesinas que cultivan los cafetos bajo la sombra de árboles nativos, sin usar agroquímicos para evitar contaminar la tierra. Las mujeres significan demasiado para el crecimiento en la economía chiapaneca ya que sin ellas hubiera resultado difícil llegar hasta donde se está en estos momentos. Muchas de ellas son de comunidades indígenas que no hablan el español y resulta difícil para estas mujeres entrar al mercado, esto representa una gran desventaja pues no son capaces de comercializar el café orgánico por sus propios métodos.



*Foto 4.1 Mujeres chiapanecas cultivando el café*

Contribuyen así a contener el cambio climático y conservar el medio ambiente; sin embargo, trabajan a contracorriente porque, en México no hay una política pública que incentive la producción de alimentos orgánicos. Este es otro punto negativo para los pequeños productores pues esto representa una desventaja ya que no pueden comercializar sus productos con la seguridad de venderlos en el mercado, ya que como se menciona no existe una política que motive dicha producción, debe existir una inversión real para motivar la producción orgánica.

Muchas familias chiapanecas dependen en su totalidad de la producción y comercialización del café orgánico, es de vital importancia que se apoye el crecimiento en el estado de Chiapas porque como se menciona es el único ingreso que tiene la mayoría de las familias y el gobierno estatal no debe limitarse en hacer una inversión para la producción en estas zonas.

México es el principal productor de café orgánico en el mundo. Aporta 30 millones de toneladas al año, de los cuales el 57% es producido en Chiapas; el resto de la producción la realizan Oaxaca, Veracruz, Guerrero y Puebla. Es por este y otros motivos por el cual el café chiapaneco es considerado el mejor de México, el impacto internacional que ha tenido es para destacar las estadísticas así lo demuestran. Es por eso que el equipo de investigación se dio a la tarea de encontrar datos relevantes acerca de los millones de toneladas que produce al año.

Chiapas exporta café un 70 por ciento es para Estados Unidos y lo demás va a Canadá, Asia y Europa. Es el momento que necesita la entidad, para dar el gran salto que necesita para comenzar a ganar terreno sobre otros productores internacionales. No debe quedar estancada la comercialización del café orgánico porque esto ayudaría de manera importante a muchos indígenas, de los cuales son totalmente dependientes de la venta de este producto.

Los aromáticos granos que se cultivan en Chiapas tienen un alto contenido de mano de obra de productores y por eso implica un verdadero desarrollo. Los méritos son para las familias indígenas que día con día se levantan a muy temprana hora para empezar a trabajar, el cuidado que tienen los campesinos los ha llevado para que la calidad del café sea de las mejores a nivel internacional.

Del café de Chiapas, 10 por ciento son del tipo Robusta y el 90 por ciento arábigos. En los últimos años el cultivo ha logrado ser de los mejores a nivel internacional, y es por eso que el café ha obtenido la certificación de las mejores firmas. Es una realidad que el café chiapaneco se este cultivando en alta calidad.

Su sabor muy particular, aroma, cuerpo y otras cualidades que se le atribuyen a los granos chiapanecos son un gran atractivo para los consumidores y mercados internacionales. A diferencia del café convencional, el café orgánico tiene un sabor totalmente diferente

La SAGARPA en compañía de la Amecafé y la Universidad de Chapingo, llevaron a cabo un censo reciente en las áreas en el cultivo orgánico en Chiapas con una superficie total de 245 hectáreas. Con ello corroboraron que los cambios climáticos y las inversiones que se han hecho en el café chiapaneco han favorecido a ese sector y la producción por hectárea es de 10 quintales. Esto representa que ha existido un aumento en la producción ya que años atrás era de 8 quintales.

Lo mejor es que para el año 2012 se prevé que los precios aumenten y una gran cotización del café chiapaneco, luego de que varios países productores están sufriendo los embates de la naturaleza y han reportado severos daños en sus cultivos. Es momento para que el café chiapaneco comience a ganar terreno sobre sus competidores internacionales, pero se debe tener cuidado ya que la producción excesiva del café puede resultar contraproducente ya que esta sujeta a la oferta y demanda agregadas.

## **4.2 CAFÉ, FUENTE IMPORTANTE PARA LA ECONOMÍA CHIAPANECA**

**C**hiapas principal productor de café orgánico y se espera para este año de 2012, exportar dos millones 300 mil quintales de café en general. Sería un record importante ya que jamás se ha exportando semejante cantidad de quintales, es el momento que deben aprovechar los indígenas para incursionar en el mercado.

Hoy más que nunca la cafeticultora chiapaneca ha sido fortalecida, debido al trabajo en conjunto entre las organizaciones y el gobierno del estado, beneficiando a los productores con los programas que la Comisión para el Desarrollo y Fomento del Café (COMCAFÉ) opera en el estado, los cuales inciden directamente en todos los niveles de la cadena productiva. Es relevante lo que se ha estado trabajando en Chiapas en favor de la producción y comercialización.

Se han invertido recursos en la renovación de cafetales, mismos que han permitido renovar más de 88 mil hectáreas de café en el estado, privilegiando la entrega de variedades que los productores conocen por su buen comportamiento en sus regiones; de igual forma se ha fortalecido sin precedentes la inversión para el equipamiento de los productores en los procesos de beneficio húmedo y seco del café.

#### **4.4 CERTIFICACIÓN DEL CAFÉ ORGÁNICO EN CHIAPAS**

**L**a Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través del Programa Trópico Húmedo, y cafetaleros organizados de esta región manifestaron su compromiso mutuo para impulsar la producción y certificación del café orgánico, este tipo de cultivo ha permitido a los productores mejorar sus ingresos de una 6 a un 64 por ciento.

Dos mil 17 familias de productores del sureste chiapaneco en la región fraylesca, reconocida mundialmente por su alta calidad de café, como resultado del apoyo recibido tienen en producción ocho mil 160 hectáreas de café orgánico, ubicadas en la zona de amortiguamiento de la Reserva de la Biosfera de El Triunfo. Por eso se sigue insistiendo en esta investigación que los indígenas son los autores de este gran salto que ha tenido el café a nivel internacional.

La certificación de café es uno de los proyectos que más beneficios otorgan a los productores y al medio ambiente, y pese a que no se encuentra en la región donde existen las mayores necesidades, también se tiene el mayor potencial de producción.



# 5

## Que se espera del café Orgánico

## **5.1 DESTINAN 58 MILLONES DE PESOS CERTIFICACIÓN**

El Coordinador General del Programa Trópico Húmedo de la SAGARPA, Pedro Ernesto Del Castillo Cueva, informó que para apoyar el proceso de certificación de café orgánico en los estados de Chiapas, Oaxaca, Puebla, Guerrero y Veracruz se destinan recursos por 58 millones de pesos.

Con este presupuesto, se apoyó la certificación de 72 mil 857 hectáreas. Con estos trabajos de certificación de la calidad se generaron 768 mil 138 jornales y se detonaron recursos por 287.1 millones de pesos para beneficio de 21 mil 625 familias de productores del café.

De las 72 mil 857 hectáreas donde se realizaron los trabajos de certificación de café, 20 mil 910 corresponden a superficie de variedad arábica y en las restantes 51 mil 947 hectáreas se efectuaron actividades de desertificación que permitieron aumentar la calidad del producto.

El proceso de certificación de café orgánico que se exporta a Europa, Asia y Norteamérica, en el cual México es uno de los principales productores y exportadores a nivel internacional de café orgánico, con alrededor de 186 mil sacos para mercados internacionales, es una gran satisfacción la que han tenido los productores indígenas ya que como se ha ido mencionando en la investigación ellos representan el total de los esfuerzos para la realización de este aromático.

## **5.2 EXPECTATIVAS PARA EL 2012**

Este año se estima una producción arriba de los 800 mil quintales de café orgánico, superando con un 30 por ciento más, arriba de la meta alcanzada en el 2011 de 630 mil quintales.



*Foto 5.1 Hombre cosechando Café orgánico*

Es de suma importancia resaltar que en el ciclo pasado se exportaron de manera general un millón 800 mil quintales, y para este año la expectativa crece, se espera exportar dos millones 300 mil quintales.

Los precios actuales del Café son los más altos en los últimos 30 años con la mejor

producción, permiten que la cafecultura en la entidad este fortalecida y sea una fuente importante de divisas para la economía chiapaneca. El trabajo que se ha realizado en la zona de Chiapas es importante, pero no solo debe realizarse en este estado sino también en otros productores orgánicos para que se tenga un real crecimiento económico

### 5.3 ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS DEL CAFÉ



*Foto 5.2 Sacos de café*

El café es la segunda mercancía comercializada en el mundo, solo detrás del petróleo. Se estima en 125 millones el número de personas que vive del cultivo del café, incluyendo 25 millones de pequeños productores (de los cuales la mayoría son indígenas de Chiapas, Veracruz, entre otras regiones marginadas en México).

La realidad es que al año se beben 400.000 millones de tazas de café, estos datos estadísticos son de suma importancia ya que es ahí donde los pequeños productores deben introducir el café orgánico. Por tanto, en juego hay muchos intereses económicos y sociales extremadamente importantes. Respecto al café, la unidad de medida es la bolsa de 60 kg.



*Foto 5.3 Café orgánico mexicano*

## RESULTADOS DE LA INVETIGACION

El método elegido para recopilar información fue una investigación de campo basada en las encuestas. De un total de 100 personas encuestadas en el sur de la ciudad se obtuvieron los siguientes datos:

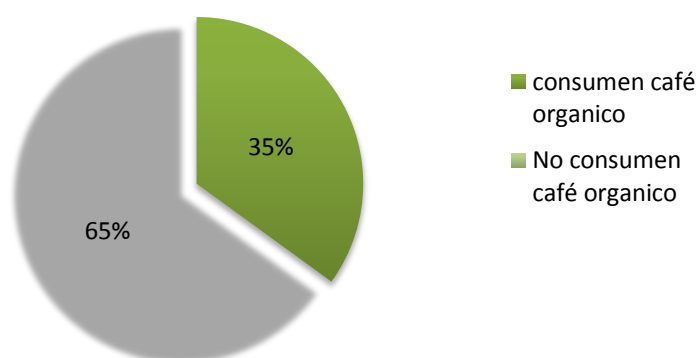
- a) 35 personas consumen café orgánico
- b) Por lo tanto 65 personas no lo consumen
- De los 35 consumidores, se obtuvieron los siguientes resultados
  - c) 29 personas lo consume por su sabor y porque ayuda al organismo
  - d) Los 6 restantes solo porque es 100% natural
  - e) El café orgánico SUELTO es el que mas se consume
  - f) UCIRI es la marca del café orgánico que menos se consume
  - g) \$550 al mes en promedio es lo que gastan los consumidores
  - h) El rango de edad de los consumidores esta entre 30 y 80 años
- De los 65 consumidores, se obtuvieron los siguientes resultados
  - a) 38 no sabía que existía
  - b) 27 sabía que existía pero no lo ha probado

A continuación se presentarán las graficas correspondientes a los resultados obtenidos de las encuestas.

De las personas que consume el café orgánico se puede observar los resultados obtenidos en las siguientes gráficas.

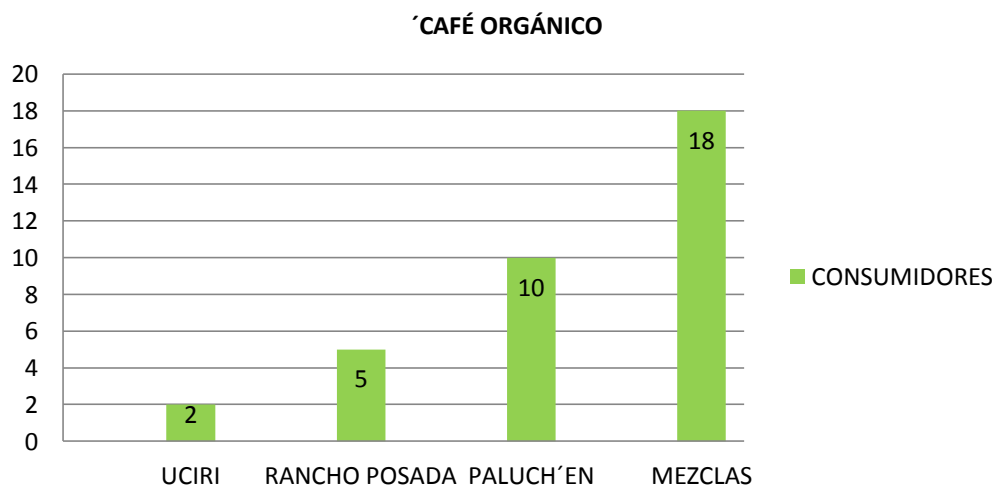
En la siguiente gráfica se puede observar el porcentaje obtenido de las personas que consumen café, las encuestas se realizaron en el sur de la ciudad, a 100 personas.

**Porcentaje de las personas consumidoras de café orgánico en el sur de la ciudad**



De los cuales 35% consume café orgánico y el restante 65% no lo consume, en las encuestas nos interesó las dos poblaciones, de las personas que lo consume nos interesa conocer porque lo compra, y la otra población nos interesa saber porque no lo consume o si conoce sobre este tipo de café.

En esta gráfica se muestra claramente cual es el café orgánico que más se consume sobre esta población de 35 personas.



Se puede observar claramente las preferencias de los consumidores siendo las MEZCLAS la preferencia de la mayoría de estos, y la marca UCIRI la que menos se compra, además de otras marcas como PALUCH'EN y RANCHO POSADA que son del agrado de los consumidores.

De las personas que consume café orgánico se les preguntó sobre cuanto gasta al mes para la adquisición de este producto, en la siguiente gráfica se muestra cual es su gasto.



Los consumidores contestaron que gastan más de \$500.00 al mes en la compra del café orgánico, lo que da a mostrar que estas personas tienden a gastar sumas grandes para la compra de este producto. Mientras otros dijeron que gastan menos de \$400.00, lo que da a mostrar que compran en cantidades menores este producto.

Las siguientes gráficas están enfocadas a las personas que no consumen este tipo de café, también nos interesó saber si lo conocían y si están dispuestos a comprar este producto orgánico.

La siguiente gráfica muestra a las 65 personas que no consume café orgánico, de las cuales algunas conocen este tipo de café así como a las personas que lo desconocen en su totalidad

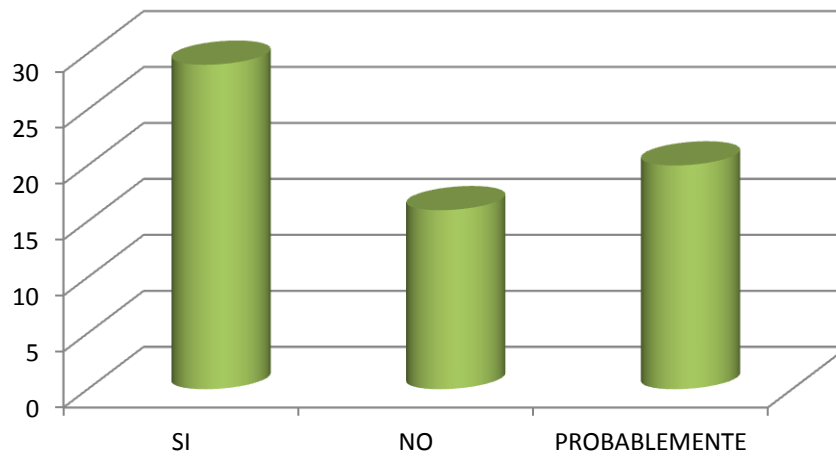
**personas que no consumen café orgánico**



Se observa con claridad que existe un 42% que lo conoce pero jamás lo ha probado y un 58% que de plano no lo conoce. Esto lleva a interpretar que todavía existen demasiadas personas que no consume el café orgánico.

La ultima gráfica muestra a las personas que posiblemente puedan comprar el café orgánico.





De estas personas que no consume el café orgánico, la mayoría contestó que **SÍ** y **PROBABLEMENTE** lo compraría a pesar de sus elevados precios, esto da esperanzas de que en realidad estas personas tienen algún interés por probar el café.

## CONCLUSIONES

El café orgánico es de suma importancia en México. Chiapas, Oaxaca, Veracruz entre otros productores, ellos tienen la difícil tarea para que el café orgánico sea de los mejores a nivel mundial.

Pero presentan muchas problemáticas entorno a su producción, su distribución y sobre todo su consumo. En México es poco común que se consuma este café, muchas personas prefieren el café convencional por ser mucho más barato y sobre todo fácil de conseguir. Su producción presenta problemas, la inversión para su cultivo es mayor, el tiempo para su cosecha es tardado además de que solo se hace dos veces por año.

Los indígenas atraviesan por una problemática mayor, ya que muchos de ellos no tienen conocimiento sobre los precios del café orgánico, además de ser difícil colocar su producto en el mercado. Muchos de ellos se ven atrapados por empresas que se aprovechan de esta falta de conocimiento.

No obstante el éxito del café orgánico hasta el momento, la superficie cultivada y el volumen de producción es aún pequeño con respecto al café convencional y la realidad es que la mayoría de los productores mexicanos están desorganizados.

Falta difusión y comercialización para el café orgánico en México, que se ve sumergido en la oscuridad ya que se pudo demostrar en las encuestas realizadas que más del 60% no consume este tipo de café quizás por esa falta de difusión, 42 personas contestó que lo conoce pero jamás lo ha comprado y de estas 26 personas lo compraría, y las restantes probablemente no lo compraría por los altos precios y este sería su principal motivo.

Gracias a esta investigación, nos dimos cuenta de la importancia de los productos orgánicos (en este caso el café) en México, pues como dice nuestra investigación, somos el principal exportador de café orgánico en el mundo y nosotros como mexicanos debemos apoyar a las familias que se dedican a todo este entorno del café orgánico y así ayudar a la economía de nuestro país.

Quizá estos productos sean más costosos que los convencionales, pero debemos darnos cuenta de que por un lado ayudamos a la economía del país y por otro nos hacemos un bien hablando de salud.

Esperamos que aquellos que lean nuestra investigación les agrade y los invitamos a consumir los productos orgánicos.

## Bibliografía

- Escamilla. Ruiz. Díaz. Landeros. Platas. (2005). *El agroecosistema de café orgánico en México*. Recuperado de:  
<<http://www.infocafes.com/descargas/biblioteca/103.pdf> >, (2 de junio)
- Corzo, A.A. (2010). Respalda Sagarpa certificación de café orgánico en Chiapas. México: Sagarpa. Recuperado de:  
<http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/Paginas/2010-B150.aspx>
- Sagarpa. (2010). Reconocen calidad de café orgánico en México. México: Sagarpa. Recuperado de:  
<http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/paginas/2010-B387.aspx>
- Sagarpa. (2010). Escenario actual del café. México: Sagarpa. Recuperado de: <http://www.infoaserca.gob.mx/fichas/ficha29-Cafe20100716.pdf>
- Mariscal, A. (2011). El café orgánico de Chiapas crece a contracorriente y sin incentivos. México: CNN México. Recuperado de:  
<http://mexico.cnn.com/nacional/2011/01/25/el-cafe-organico-de-chiapas-crece-a-contracorriente-y-sin-incentivos>
- Amecafé. (2012). Tipos de café. Recuperado de:  
[http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc\\_clasificaciones](http://www.spcafe.org.mx/wb3/wb/spc/spc_clasificaciones)
- Secretaria del Campo. (2012). Café, fuente importante para la economía chiapaneca. Recuperado de:  
[http://www.secretariadelcampo.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=218:art12015&catid=45:historial2012](http://www.secretariadelcampo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=218:art12015&catid=45:historial2012)
- Café Vallarta. (2012). Historia del café. Recuperado de:  
[http://www.jevson.com/historia\\_cafe.html](http://www.jevson.com/historia_cafe.html)
- Casa del pan. (2012). Red de consumidores en apoyo a los productores orgánicos. Recuperado de: <http://www.casadelpan.com/red.html>
- <http://www.certimexsc.com/esp/index.html>
- [http://nationalzoo.si.edu/scbi/aves\\_migratorias/cafe/cultivo\\_de\\_cafe.cfm](http://nationalzoo.si.edu/scbi/aves_migratorias/cafe/cultivo_de_cafe.cfm)

- <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/paginas/2011B627.asp>  
x